

## Analisis Visual Poster Kampanye dengan Tema Pengurangan Dosis Pencemaran Udara

**Agustinus Marchelino Suprpto**

Desain Komunikasi Visual, Universitas Pradita  
e-mail: [agustinus.marchelino@student.pradita.ac.id](mailto:agustinus.marchelino@student.pradita.ac.id)

### Abstrak

Pencemaran udara merupakan ancaman serius bagi kesehatan manusia dan keberlanjutan lingkungan. Kampanye publik melalui poster menjadi sarana penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengurangi dosis pencemaran udara. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis visual terhadap poster kampanye dengan tema pengurangan dosis pencemaran udara, dengan fokus pada elemen-elemen desain visual yang digunakan dan efektivitas pesan yang disampaikan. Sampel poster kampanye dikumpulkan dari berbagai sumber dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan struktural. Hasil analisis menunjukkan variasi yang signifikan dalam penggunaan gambar, warna, teks, dan tata letak dalam poster. Temuan penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana desain visual memengaruhi efektivitas kampanye publik dalam mengkomunikasikan pesan tentang pengurangan dosis pencemaran udara. Implikasi dari hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan desain poster kampanye di masa depan dan memperkuat kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kualitas udara yang bersih dan sehat.

**Kata Kunci:** *Pencemaran Udara, Poster Kampanye, Analisis Visual, Efektivitas Pesan*

### Abstract

Air pollution is a serious threat to human health and environmental sustainability. Public campaigns through posters are an important means of increasing public awareness about the importance of reducing air pollution doses. This research aims to conduct a visual analysis of campaign posters with the theme of reducing air pollution doses, with a focus on the visual design elements used and the effectiveness of the messages conveyed. Samples of campaign posters were collected from various sources and analyzed using a structural approach. The results of the analysis show significant variations in the use of images, colors, text and layout in posters. The findings of this research provide in-depth insight into how visual design influences the effectiveness of public campaigns in communicating messages about reducing air pollution doses. The implications of the results of this research can be used to improve campaign poster designs in the future and strengthen public awareness about the importance of maintaining clean and healthy air quality.

**Keywords:** *Air Pollution, Campaign Posters, Visual Analysis, Message Effectiveness*

### PENDAHULUAN

Pencemaran udara menjadi salah satu tantangan utama bagi lingkungan global karena berdampak serius pada kesehatan manusia dan ekosistem. Polusi didefinisikan sebagai masuknya zat-zat berbahaya ke dalam lingkungan bagi manusia dan organisme hidup lainnya (Ioannis Manisalidis & Eugenia Bezirtzoglou, 2020). Zat-zat yang berbahaya bagi lingkungan adalah zat padat, cairan, atau gas berbahaya yang dihasilkan dalam konsentrasi yang lebih tinggi dari biasanya sehingga menurunkan kualitas lingkungan. Aktivitas industri, transportasi, dan pola konsumsi manusia terus meningkat, menyebabkan penurunan kualitas udara di berbagai belahan dunia yang mengancam keberlangsungan hidup makhluk hidup dan keseimbangan ekosistem. Menurut laporan terbaru Kualitas Udara Dunia IQAir 2021 yang dirilis pada Maret 2022, Indonesia menempati posisi ke-17 sebagai negara dengan polusi udara tertinggi di dunia, dengan konsentrasi PM<sub>2,5</sub> sebesar 34,3 µg per meter kubik. Laporan ini juga menunjukkan bahwa

Indonesia berada di peringkat pertama sebagai negara dengan tingkat polusi udara tertinggi di Asia Tenggara. Dalam menghadapi situasi ini, kampanye-kampanye untuk mengurangi pencemaran udara menjadi semakin penting. Salah satu media yang digunakan dalam kampanye ini adalah poster, karena memiliki keunggulan sebagai media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat. Secara umum, poster adalah media yang lebih menekankan kekuatan pesan, visual, dan warna untuk memengaruhi perilaku dan sikap seseorang dalam mengambil tindakan (Sumartono & Hani Astuti, 2019).

Analisis visual terhadap poster-poster kampanye dengan tema pengurangan dosis pencemaran udara menjadi krusial dalam memahami efektivitas dan daya tarik pesan-pesan yang disampaikan kepada audiens. Dengan memperhatikan aspek-aspek desain, gambar, warna, dan teks yang digunakan dalam poster, dapat dikaji sejauh mana poster-poster tersebut mampu menyampaikan pesan tentang pentingnya menjaga kualitas udara dan mendorong tindakan untuk mengurangi pencemaran udara. Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi elemen visual seperti warna dan grafis bersama dengan komponen teks dapat secara signifikan meningkatkan penyampaian pesan. Poster yang efektif dalam hal ini dapat membangkitkan respons emosional dan menciptakan koneksi dengan audiens, membuat pesan lingkungan menjadi lebih mudah diingat dan mampu mendorong tindakan. Penggunaan teori semiotik dan tata bahasa visual, yang membagi elemen visual menjadi aspek teknis dan makna, juga mendukung analisis mendalam mengenai seberapa baik poster menyampaikan pesan yang kompleks, seperti pentingnya menjaga kualitas udara (Luo Wen & Wang Jingjing, 2022) (Jingjing Deng, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis visual terhadap poster-poster kampanye yang mengusung tema pengurangan dosis pencemaran udara. Fokusnya adalah memahami bagaimana elemen-elemen visual dalam poster tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye dengan efektif. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan pola-pola desain yang efektif dalam menyuarakan pentingnya upaya pengurangan pencemaran udara kepada masyarakat luas.

Penelitian ini juga melibatkan serangkaian teori sebagai landasan teoritis yang mendukung penyusunan hipotesis. Aspek penting dalam kerangka teoritis ini mencakup teori komunikasi visual, yang membahas cara pesan disampaikan melalui elemen visual dalam media komunikasi seperti warna, komposisi, teks, dan gambar dalam poster kampanye pengurangan pencemaran udara. Desainer grafis mengidentifikasi audiens yang menjadi target dan menganalisis elemen-elemen yang penting dalam desain komunikasi visual. Proses analisis ini melibatkan unsur-unsur seperti warna, format, tekstur, ruang, garis, dan bentuk. Selain itu, prinsip-prinsip desain komunikasi visual seperti kesatuan, keseimbangan, proporsi, ritme, dan dominasi juga diperhatikan untuk menciptakan desain yang efektif dan menarik (Risvi Pangestu, 2019). Selain itu, psikologi warna juga dipertimbangkan untuk memahami pengaruh warna terhadap emosi, persepsi, dan perilaku manusia terhadap kampanye tersebut. Dalam psikologi, warna dapat memengaruhi suasana hati, perasaan, emosi, hingga perilaku manusia. Menurut Faber Birren dari bukunya yang berjudul "*Color Psychology and Color Therapy: A Factual Study of the Influence of Color on Human Life*", warna dapat dieksplorasi untuk memengaruhi emosi dan perilaku manusia. Ia juga mempelajari bagaimana warna-warna tertentu memiliki efek fisiologis, seperti memengaruhi tekanan darah dan detak jantung, menunjukkan bahwa respons fisik seseorang terhadap warna dapat berdampak pada kondisi psikologis dan emosional mereka. Terakhir, peran kampanye publik dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan, termasuk pencemaran udara, dijelaskan sebagai alat penting untuk menyebarkan informasi dan membangun kesadaran yang lebih baik.

Tinjauan visual terhadap konten-konten kampanye yang disebarluaskan melalui website dan media sosial juga akan memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana pesan-pesan ini disampaikan kepada masyarakat. Elemen-elemen visual seperti grafik, foto, dan desain tata letak memiliki peran penting dalam menarik perhatian dan mengkomunikasikan pesan-pesan penting tentang lingkungan hidup. Hirarki visual yang kuat sangat penting untuk mengarahkan perhatian audiens dan menyampaikan pesan yang dimaksud secara efektif. Dengan mengatur elemen-elemen secara strategis dalam grafis, desainer dapat menciptakan hierarki yang jelas yang mengarahkan fokus audiens dan memastikan pesan utama tersampaikan (Ata Özelbiçer, 2023).

Penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi strategi-strategi desain yang efektif dalam menyampaikan pesan kampanye tentang pengurangan pencemaran udara kepada masyarakat Indonesia. Melalui kontribusinya, penelitian ini berpotensi dalam memahami bagaimana pemerintah Indonesia menggunakan media digital untuk menggalakkan kesadaran lingkungan dan mendorong tindakan nyata dalam mengatasi masalah pencemaran udara.

Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mendukung upaya pemerintah dan masyarakat Indonesia dalam menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat bagi semua penduduknya.

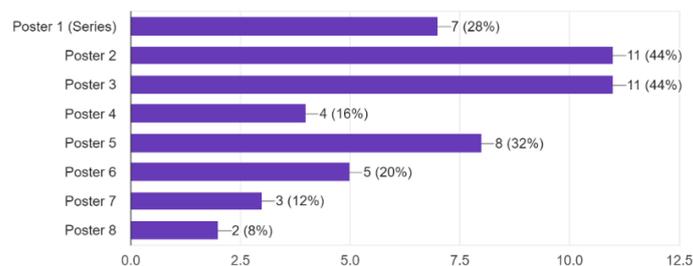
## METODE

Metode penelitian ini menjelaskan secara komprehensif proses pengumpulan sampel, analisis visual, pengolahan data, dan interpretasi hasil dari poster kampanye mengenai pengurangan dosis pencemaran udara. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method*, yaitu menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Dalam pendekatan kuantitatif, survei dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang menggunakan media *Google Form*. Pendekatan kualitatif dilakukan melalui analisis berdasarkan teori-teori desain dan visual untuk menggali lebih dalam persepsi dan pengalaman terkait poster-poster tersebut.

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yaitu hasil kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka dari literatur terkait desain komunikasi visual dan kampanye lingkungan. Sampel poster dikumpulkan dari berbagai sumber dengan mempertimbangkan kriteria inklusi yang relevan. Analisis visual dilakukan dengan mengklasifikasikan poster berdasarkan elemen desain yang dominan serta menerapkan pendekatan struktural untuk memahami penggunaan gambar, warna, dan teks. Data kemudian dikodekan dan dibandingkan antara poster-poster untuk mengidentifikasi pola desain, yang kemudian ditafsirkan guna mengevaluasi efektivitas dan hubungan dengan teori-teori desain visual dan komunikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

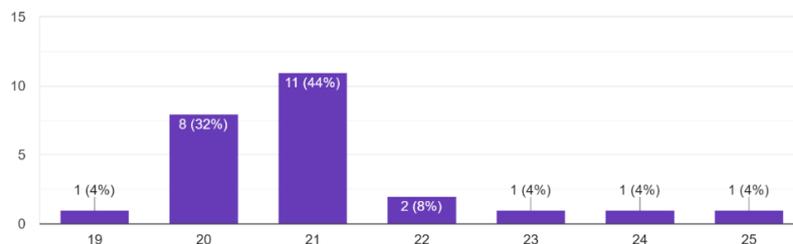
Dari beberapa poster berikut ini, pilihlah poster yang mampu menarik perhatian anda.  
25 responses



**Gambar 1. Data Pilihan Responden**

Sumber: <https://forms.gle/1sRTvfpaYJVLheeW8> (2024)

Umur  
25 responses



**Gambar 2. Usia Rata-Rata Responden**

Sumber: <https://forms.gle/1sRTvfpaYJVLheeW8> (2024)

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa rata-rata usia responden adalah 20-21 tahun, menggambarkan mayoritas responden berasal dari kalangan usia muda. Kuesioner ini berisi persentase pilihan terhadap beberapa poster, dan hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih poster 2 dan 3. Kedua poster ini memiliki karakteristik yang mencolok, yaitu minim teks informatif tetapi kaya akan gambar metafora yang mengandung pesan tersirat.

Pilihan ini mengindikasikan bahwa responden muda lebih menyukai poster dengan pendekatan visual yang lebih artistik dan abstrak. Mereka cenderung tertarik pada komunikasi yang tidak langsung dan lebih mengandalkan interpretasi pribadi terhadap gambar yang disajikan. Pemahaman remaja terhadap sifat gambar telah dikaitkan dengan kemampuan mereka yang berkembang untuk menyimpulkan keadaan mental mereka sendiri dan orang lain (Richard P. Joley & Sarah E. Rose, 2020). Poster 2 dan 3 berhasil menarik perhatian mereka karena kemampuan poster tersebut untuk menyampaikan pesan yang mendalam dan kompleks melalui visualisasi yang sederhana namun penuh makna. Ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki preferensi terhadap media yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam proses interpretasi aktif dan menemukan makna melalui pengamatan visual daripada teks yang eksplisit dan langsung.

Berdasarkan pilihan responden di atas, penulis akan melakukan analisis individual yang mendalam untuk menjelaskan secara detail elemen-elemen desain dan pesan dari metafora yang disampaikan oleh poster pilihan responden. Langkah pertama dalam analisis ini adalah memahami setiap komponen visual yang digunakan dalam poster, termasuk warna, bentuk, komposisi, dan simbol-simbol yang terdapat di dalamnya. Selanjutnya, penelitian ini akan diteliti bagaimana elemen-elemen ini bekerja sama untuk menciptakan pesan tersirat yang dapat diterima dan diinterpretasikan oleh audiens muda. Penulis akan menggali lebih dalam tentang bagaimana gambar metafora dalam poster 2 dan 3 mampu menarik perhatian dan emosi responden, serta bagaimana pesan tersirat tersebut dapat disampaikan secara efektif melalui pendekatan visual.

Dalam hal ini, poster yang akan penulis analisis secara mendetail adalah poster 2 dan 3. Kedua poster ini tidak hanya menarik perhatian mayoritas responden, tetapi juga menawarkan contoh yang kaya akan penggunaan metafora visual yang kompleks. Dengan melakukan analisis ini, penulis berharap dapat mengungkap strategi desain yang efektif dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang preferensi estetika dan interpretatif dari audiens muda.



**Gambar 3. Air is Medicine**  
Sumber: [www.behance.net](http://www.behance.net) (2016)

Gambar 3 menampilkan ironi dan sedikit humor melalui kemasan tablet udara yang menyoroti pentingnya obat dalam mendukung kesejahteraan individu pada saat-saat tertentu, sementara secara simbolis terkait dengan udara. Konsekuensi kontradiktif antara makna simbolis dan realitas menggarisbawahi kesadaran akan perlunya menjaga kebersihan udara, yang, meskipun sering diabaikan oleh beberapa individu, merupakan aspek vital dalam menjaga

kesehatan manusia, sejajar dengan pentingnya peran obat itu sendiri. Poster ini dirancang dengan teks yang minimalis, memungkinkan audience untuk lebih mengeksplorasi dan menginterpretasikan makna visual yang disampaikan. Penggunaan jenis font serif dipilih untuk memudahkan audience dalam membaca *headline* dan teks, namun kelemahannya adalah ukuran *body text* yang terlalu kecil dan mengurangi keterbacaan.

Warna biru mendominasi poster ini, biru memainkan peran penting dalam menciptakan suasana dan atmosfer lukisan. Biru sering dikaitkan dengan perasaan tenang, damai, dan tenteram (Eva Heller, 2012). Dalam hal ini warna biru mencerminkan kekuatan oksigen dalam kehidupan manusia. Foto objek di dalamnya dihadirkan dengan warna putih yang kontras dengan latar belakang biru, menarik perhatian audience langsung ke makna metafora yang tersirat. Penataan tata letak mengikuti aturan konvensional: judul besar di bagian atas, penjelasan deskriptif di bagian bawah, dan objek metaforis menonjol di tengah untuk menarik perhatian. Sasaran yang ingin disampaikan adalah orang dewasa karena pesan yang disampaikan menggunakan objek metafora tanpa memberikan teks yang informatif.



**Gambar 4. Oro Verde - Smoke**  
Sumber: [www.behance.net](http://www.behance.net) (2012)

Gambar 4 menggambarkan metafora hutan yang tertutup asap tebal akibat polusi, membentuk siluet benua Afrika yang mencerminkan eskalasi polusi udara dan dampak kekeringan akibat deforestasi. Kendaraan bermotor diilustrasikan sebagai penyebab utama polusi, dengan tujuan menarik perhatian audiens. Desain poster ini diatur dengan teks yang minimalis namun mampu menyampaikan pesan tersirat dan data yang relevan. Penggunaan jenis huruf serif dengan kapitalisasi bertujuan untuk memberikan kesan tegas dalam menyampaikan pesan kepada khalayak umum.

Poster ini memiliki latar belakang putih yang melambangkan kesegaran dan kebersihan udara, dengan objek di tengah sebagai fokus utama. Namun, nuansa abu-abu menunjukkan dampak polusi udara pada lingkungan. Penataan tata letak kurang mengikuti aturan konvensional, seperti letak logo yang biasanya berada di bagian kanan atau kiri atas poster, namun dalam hal ini ditempatkan di bagian kanan bawah. Teks deskriptif terletak di bagian bawah untuk menguatkan pesan dari gambar metaforis. Sasaran komunikatif dari poster ini ditujukan kepada kalangan dewasa, yang mana pesan yang disampaikan menggunakan gambaran metaforis serta teks yang informatif.

## SIMPULAN

Analisis ini akan mengungkap bagaimana elemen-elemen desain seperti warna, bentuk, dan komposisi bekerja sama untuk menciptakan pesan tersirat yang efektif. Melalui studi ini, penulis berharap dapat memberikan wawasan tentang preferensi estetika dan interpretatif audiens muda, mengidentifikasi strategi desain yang mampu menarik perhatian mereka, serta perlunya peran masyarakat untuk ikut terlibat dalam menjaga kelestarian lingkungan dengan melakukan cara-cara sederhana dalam gaya hidup hijau. Poster-poster ini menunjukkan bagaimana pesan kompleks dapat disampaikan melalui visualisasi yang sederhana namun bermakna. Analisis ini juga bisa digunakan oleh desainer grafis, pemasar, dan komunikator visual untuk menciptakan materi yang lebih efektif dalam menjangkau audiens muda. Pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana elemen visual dan metafora dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kompleks secara efektif dapat membantu dalam merancang kampanye pemasaran, iklan, dan materi edukatif yang lebih menarik dan bermakna bagi target audiens ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ackman, P. (2012). Oro Verde – Smoke. Behance.net. <https://www.behance.net/gallery/3464443/Oro-Verde-Smoke>
- Barren, F. (2016). Color Psychology and Color Therapy: A Factual Study of the Influence of Color on Human Life.
- Deng, J. (2023). A Multimodal Discourse Analysis of Posters-Based on Visual Grammar, 15(6), 165-167. [https://www.researchgate.net/publication/376823652\\_A\\_Multimodal\\_Discourse\\_Analysis\\_of\\_Posters-Based\\_on\\_Visual\\_Grammar](https://www.researchgate.net/publication/376823652_A_Multimodal_Discourse_Analysis_of_Posters-Based_on_Visual_Grammar)
- Heller, E. (2012). Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón (Spanish Edition).
- IQAir Staff Writers. (2021). Laporan Kualitas Udara Dunia Iqair. IQAir. [https://www.iqair.com/id/newsroom/wagr\\_2021\\_pr?srsltid=AfmBOooJ\\_xzsTfvEdlm5al86yU\\_B1mzjWyhYTSU0lbRkEGvNVLPPWb7AO](https://www.iqair.com/id/newsroom/wagr_2021_pr?srsltid=AfmBOooJ_xzsTfvEdlm5al86yU_B1mzjWyhYTSU0lbRkEGvNVLPPWb7AO)
- Jolley, R. P., & Rose, S. E. (2020). From mind to picture: A systematic review on children's and adolescents' understanding of the link between artists and pictures, 55. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0273229720300010>
- Manisalidis, I., et al. (2020). "Environmental and health impacts of air pollution: A review." *Frontiers in Public Health*, 8, 14. <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2020.00014/full>
- Özelbiçer, A. (2023). Designing Graphics for Environmental Campaigns. <https://visualdesignjourney.com/designing-graphics-for-environmental-campaigns/#close>
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual, 4(4), 161. <https://ejournal.uiqm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/796>
- Sumartono, & Atusti, H. (2019). Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan, 15(1), 10. <https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/2.-Penggunaan-Poster-Sebagai-Media-Komunikasi-Kesehatan.pdf>
- Turban, A. (2016). Air is Medicine. Behance.net. <https://www.behance.net/gallery/33690380/Air-is-Medicine>
- Wen, L., et al. (2022). Research on the Visual Imagery of Posters Based on the Culture Code Theory of Design, 13. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.861366/full>